

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Perusahaan mempunyai tujuan yang bersifat profit motif, maka pengetahuan dalam bidang marketing adalah sangat penting untuk dimiliki oleh setiap produsen karena marketing merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian bisnis tergantung pada usaha mereka di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lainnya. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar operasi perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

Konsumen yang baik adalah harta yang kalau dikelola dan dilayani dengan baik akan memberikan aliran pemasukan seumur hidup yang baik pada perusahaan. Dalam pasar yang sangat ketat persaingannya, tugas utama perusahaan adalah untuk mempertahankan kesetiaan konsumen dengan terus memenuhi kebutuhan mereka secara baik.

Sekarang ini konsumen sudah sangat teliti dalam membeli suatu produk karena banyaknya produk yang ada dipasaran dan banyaknya informasi yang diterima dari produsen. Hal ini menyebabkan persaingan antar badan usaha untuk memuaskan konsumennya menjadi sangat sulit. Produk yang berkualitas saja tidak cukup tanpa ditambah dengan servis yang memuaskan. Produk sepeda motor

saat ini, sangat beraneka-ragam baik dari segi model, jenis maupun merek. Para konsumen yang tingkat kehidupannya sudah semakin baik dapat memilih merek sepeda motor yang terkenal yang disukainya.

Tahun 1999 permintaan akan sepeda motor didalam negeri memang menunjukkan peningkatan yang cukup baik, yaitu mencapai 13 %. Pada tahun tersebut penjualan di dalam negeri mencapai 572 ribu unit. Tetapi pasar yang paling besar hingga saat ini tetap dipegang oleh produk Honda dengan pangsa pasar mencapai 58,2 % sementara itu motor yang diproduksi oleh China yaitu Jialing, pangsa pasarnya sampai bulan Juni 2000 telah mencapai 3,2 %. Angka ini melebihi pangsa pasar Kawasaki dan Vespa yang memiliki pangsa pasar masing-masing 2,9 % dan 0,6 %. Untuk Sepeda motor merek Honda pangsa pasar hingga bulan Juni 2000 mencapai 46,7 %. (Seluruh keterangan dimuka dikutip dari Indocommercial no 264-26 Desember 2000).

Produsen Anugerah Cenderawasih Sakti Motor adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi sekaligus penjualan sepeda motor Happy. Produsen Anugerah Cenderawasih Sakti Motor sebagai perusahaan yang tergolong baru harus berusaha membangun citra perusahaannya. Produsen Anugerah Cenderawasih Sakti Motor didalam usaha meningkatkan citra perusahaan, salah satu upaya yang dapat dilakukan yaitu dengan meningkatkan dimensi kualitas produk sepeda motor Happy yang meliputi *Core Benefit*, *Basic Product*, *Expected Product*, *Augmented Product* dan *Potential Product*. Disamping itu perlu adanya Authorized Dealer dan Service Center sehingga menunjukkan komitmen produsen sepeda motor Happy untuk terus mendekatkan

diri kepada para konsumennya. Juga tersedianya berbagai suku cadang dengan harga terjangkau merupakan pendukung upaya tersebut.

Melihat hal-hal tersebut diatas maka sangatlah perlu bagi Produsen Anugerah Cenderawasih Sakti Motor untuk melakukan pengembangan produk dan meningkatkan dimensi kualitas produk yang meliputi *Core Benefit*, *Basic Product*, *Expected Product*, *Augmented Product* dan *Potential Product*. Dengan adanya pengembangan produk yang efisien dan efektif maka proses pemasaran perusahaan dapat berhasil.

Berdasarkan latar belakang diatas penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas produk yang meliputi *Core Benefit*, *Basic Product*, *Expected Product*, *Augmented Product* dan *Potential Product* sepeda motor Happy terhadap kepuasan konsumen di Jember.

## 1.2. Perumusan Masalah

1. Apakah dimensi kualitas produk : *Core Benefit*, *Basic Product*, *Expected Product*, *Augmented Product* dan *Potential Product* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Happy di Jember ?
2. Diantara lima dimensi kualitas produk tersebut, mana yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Happy di Jember ?

## 1.3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas produk : *Core Benefit*, *Basic Product*, *Expected Product*, *Augmented Product* dan *Potential Product* terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Happy di Jember.



2. Untuk mengetahui dimensi produk yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sepeda motor Happy di Jember.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Bagi perusahaan

Digunakan sebagai bahan pertimbangan di dalam usaha meningkatkan kualitas produknya supaya dapat memenuhi kepuasan konsumen serta mampu bersaing dengan produk sepeda motor lainnya.

2. Bagi Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian diharapkan dapat menambah informasi pengetahuan dan wawasan berfikir ilmiah guna memecahkan suatu masalah sehingga dapat dijadikan bahan pertimbangan apabila masalah ini dihadapi oleh perusahaan lain.

3. Bagi penulis

Menerapkan kemampuan dan pengetahuan, sekaligus mengetahui keadaan yang sesungguhnya terjadi diperusahaan.

#### **1.5. Sistematika Skripsi**

Dalam penyajian skripsi ini kiranya perlu dikemukakan pola umum yang akan diikuti dalam masing-masing bab secara garis besar, guna mempermudah pengertian dan penafsiran terhadap isinya. Sistematika skripsi ini adalah sebagai berikut :

## **BAB 1 PENDAHULUAN**

Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika skripsi

## **BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN**

Dalam bab ini akan menyajikan konsep-konsep dasar dan landasan-landasan teori yang akan dipakai sebagai pedoman dalam pembahasan dan analisa.

## **BAB 3 METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dijelaskan tentang metode penelitian yang terdiri dari definisi operasional, identifikasi variabel, jenis penelitian dan sumber data, sumber pengumpulan data, teknik pengambilan data, dan teknik analisis data.

## **BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini dijelaskan tentang gambaran umum perusahaan yang memuat tentang sejarah perkembangan perusahaan, tujuan perusahaan dan struktur organisasi perusahaan, personalia dan strategi pemasaran perusahaan. Sedang pada bagian analisis meliputi penyelesaian masalah dan pengujian hipotesa

## **BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan kesimpulan dari bab-bab sebelumnya dan memberikan saran-saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan yang berkaitan dengan masalah yang dihadapi oleh perusahaan.